

Міністерство освіти і науки України
Київський університет імені Бориса Грінченка
Кафедра видавничої справи

ЗАТВЕРДЖУЮ»
Проректор — науково-методичної
та видавничої роботи
О.Б.Жильцов
« 05 » 09 2016 року

РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА

Медіаконсалтинг

освітній рівень другий (магістерський)

спеціальність 061 «Журналістика»

освітня програма Видавнича справа та редагування

Інститут журналістики

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти
Програма № 1404
Жильцов
(підпис) (прізвище, ініціали)
« ____ » _____ 20 16 р.

2016-2017 рік

Робоча програма з «Медіаконсалтинг» для студентів освітнього рівня «магістр» за спеціальністю 061 «Журналістика», галузі знань 06 «Журналістика», освітньої програми «Видавнича справа та редагування», 2016 року - 26 с.

Укладач: Масімова Лариса Гагівна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Робоча програма схвалена на засіданні кафедри видавничої справи

Протокол від “ 2 ” вересня 2016 року № 1

Завідувач кафедри видавничої справи Масімова (Масімова Л. Г.)

Години відповідають робочому навчальному плану

Заступник директора Інституту журналістики з науково-методичної та навчальної роботи Росінська (Росінська О.А.)

© КУБГ, 2016 рік

© Масімова Л. Г. 2016 рік

ЗМІСТ

Пояснювальна записка	5
Структура програми навчальної дисципліни	
I. Опис предмета навчальної дисципліни	6
II. Тематичний план навчальної дисципліни	7
III. Програма	
<i>Змістовий модуль I</i>	8
<i>Змістовий модуль II</i>	
<i>Змістовий модуль III</i>	
IV. Навчально-методична карта дисципліни « Суспільно-політичні видання»	10
V. Плани семінарських занять	13
VI. Завдання для самостійної роботи	23
VII. Індивідуальне навчальне завдання	25
VIII. Система поточного та підсумкового контролю	27
IX. Методи навчання	30
X. Методичне забезпечення курсу	30
XI. Питання до екзамену	31
XII. Рекомендована література	33
Основна	
Додаткова	

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Робоча навчальна програма з дисципліни «Медіаконсалтинг» є нормативним документом Київського університету імені Бориса Грінченка, який розроблено на кафедрі видавничої справи на основі освітньо-професійної програми підготовки магістрів журналістських спеціальностей відповідно до навчального плану денної форми навчання.

Програма визначає обсяги знань, які повинні опанувати студенти відповідно до профілю програми, алгоритму вивчення навчального матеріалу дисципліни «Медіаконсалтинг», необхідне методичне забезпечення, складові та технологію оцінювання навчальних досягнень студентів.

Мета дисципліни – ознайомлення із структурою сучасного медіаконсалтингу та оволодіння прикладними аспектами та інструментарем щодо реалізації і забезпечення медіаконсалтингових процесів.

Завдання дисципліни:

- Ознайомитися із специфікою та особливостями розвитку сучасного ринку консалтингових послуг (світовий, національні, профільні та інш.)
- Вивчити принципи та методи розбудови сучасних процесів медіаконсалтингу.
- Дослідити особливості розбудови сучасних медіаконсалтингових процесів
- Оволодіти базовим інструментарем та принципами управління сучасними консалтинговими процесами в медіа.

Під час семінарських занять, індивідуальної навчально-дослідницької та самостійної роботи студенти формують такі **програмні компетентності**:

- можливість пропонувати комплекс спеціалізованих, аналітичних

послуг, що дають змогу просувати інформаційні продукти в медіасередовищі;

- здатність створювати стратегію розвитку видавничого бізнесу;
- здатність контролювати якість текстового та мультимедійного контенту суспільно-політичних видань;
- розуміння основного алгоритму менеджерської діяльності (планування, організація, мотивація, контроль) ;
- здатність до маркетингу видавничого проекту;
- Здатність до добору і навчання персоналу;
- Здатність формувати корпоративну ідентичність видавництва;
- Здатність розвивати медіапідприємство в глобалізованому середовищі;
- Здатність генерувати нові ідеї для просування інформаційного продукту.

Програмні результати вивчення курсу «Медіаконсалтинг» :

- демонструвати вміння використовувати інструментарій медіаконсалтингу в практичній діяльності;
- пропонувати комплекс спеціалізованих, аналітичних послуг;
- виявляти здатність розробляти програму просування інформаційних продуктів в медіасередовищі;
- демонструвати здатність створювати стратегію розвитку видавничого бізнесу

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 210 години 7 кредитів ECTS.

Кількість годин, відведених навчальним планом на вивчення дисципліни, становить 120 год., із них 24 год. – лекції, 24 год. – семінарські заняття, 120 год. – самостійна робота, 12 год. – мк.

Вивчення студентами навчальної дисципліни «Медіаконсалтинг» завершується складанням екзамену.

СТРУКТУРА ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

I. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Предметом вивчення навчальної дисципліни є термінологічний апарат медіаконсалтингу, структурний аналіз інструментів та механізмів розбудови бізнес-процесів та медіаконсалтингу.

Курс:	Спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів, відповідних ECTS: <i>7 кредитів</i> Змістові модулі: <i>3 модулі</i> Загальний обсяг дисципліни (години): <i>210 годин</i> Тижневих годин: <i>4 години</i>	Шифр та Назва галузі знань спеціальність 061 «Журналістика» освітня програма «Видавнича справа та редагування», Освітньо-кваліфікаційний рівень <i>"магістр"</i>	Нормативна Рік підготовки: <i>1.</i> Семестр: <i>1.</i> Аудиторні заняття: <i>48 години,</i> з них: Лекції: <i>24 години</i> Семінарські заняття: <i>24 години</i> Модульні контрольні Роботи: <i>12 години</i> Самостійна робота: <i>120 годин</i> <i>Екзамен 30 годин</i>

II. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Разом	Аудиторних Лекції	Практичних	Самостійна робота	Підсумковий контроль
Стратегічний медіаконсалтинг						
1	Сфера консалтингових послуг	14		2	2	10
2	Стратегічне планування у медіаконсалтингу	14		2	2	10
3	Основи системного аналізу в медіаконсалтингу	14		2	2	10
4	Стратегії видавничого бізнесу	14		2	2	10
	Модульна контрольна робота	4				4
Разом		60	16	8	8	40
Менеджмент консалтинг у видавничій справі						
5	Проектний менеджмент	14		2	2	10
6	Управлінське консультування	14		2	2	10
7	Коучинг та HR у видавничій справі	14		2	2	10
8	Івент менеджмент	14		2	2	10
	Модульна контрольна робота					4
Разом		60	16	8	8	40
Маркетинговий медіаконсалтинг						
9	Моделі маркетингових послуг	14		2	2	10
10	Інтернет-маркетинг	14		2	2	10
11	Контент-маркетинг	14		2	2	10
12	Промоції та продаж консалтингових послуг	14		2	2	10
	Модульна контрольна робота	4				4
Разом		60	16	8	8	40
Екзамен		30				

<i>Разом за навчальним планом</i>	210	48	24	24	120	12
--	------------	-----------	-----------	-----------	------------	-----------

ІІІ. ПРОГРАМА

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ І

СТРАТЕГІЧНИЙ МЕДІАКОНСАЛТИНГ

Лекція 1. Сфера послуг медіаконсалтингу

Підходи до визначення поняття “консалтинг”. Сфера консалтингових послуг як складник світової економіки. Класифікації консалтингових послуг. Типологія сучасних консалтингових послуг. Ринок послуг медіаконсалтингу

Семінарське 1. Сфера послуг медіаконсалтингу

Лекція 2. Стратегічне планування у медіаконсалтингу

Стратегічне планування. Стратегічне управління. Способи здійснення стратегій. Стратегічний медіаконсалтинг

Семінарське 2. Стратегічний медіаконсалтинг

Лекція 3. Основи системного аналізу в медіаконсалтингу

Системний аналіз як методологічна основа передбачення. Методи аналізу для попереднього вивчення проблеми. Методи якісного аналізу на другому етапі системного аналізу. Написання сценаріїв як третій етап системного аналізу.

Семінарське 3. Основи системного аналізу в медіаконсалтингу

Лекція 4. Стратегії видавничого бізнесу

Концептуальні засади захисних стратегій. Класифікація захисних стратегій. Глобальні стратегії захисту видавництва. Репертуарні стратегії

Семінарське 4. Стратегії видавничого бізнесу

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ ІІ

МЕНЕДЖМЕНТ КОНСАЛТИНГ У ВИДАВНИЧІЙ СПРАВІ

Лекція 5. Проектний менеджмент

Життєвий цикл проекту. Технологія управління проектом. Портфельний підхід до управління проектами. Специфіка формування проектної команди: управлінський аспект.

Семінарське 5. Проектний менеджмент

Лекція 6. Управлінське консультування

Аутсорсинг в системі сучасного медіаконсалтингу. Каунселінг як особлива сфера неметодичних порад консультанта з управління. Коучинг як індивідуальна робота консультанта з керівником або іншим співробітником.

Семінарське 6. Управлінське консультування

Лекція 7. Коучинг та HR у видавничій справі

Завдання і принципи коучингу. Інструментарій менеджера коуча. Модель РОСТ. Нематеріальна мотивація Типологія та класифікація методів та інструментів підготовки профільних кадрів. Ознайомчі семінари та майстер-класи в процесі підготовки профільних кадрів. Тренінги. Коучинг. Співпраця із HR-підрозділами.

Семінарське 7. Коучинг та HR у видавничій справі

Лекція 8. Івент менеджмент

Основні завдання івент менеджменту. Види event - заходів та їх маркетингові можливості. Інструменти event -маркетингу та їх завдання. Ринок івент-послуг в Україні

Семінарське 8. Івент менеджмент

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III

МАРКЕТИНГОВИЙ МЕДІАКОНСАЛТИНГ

Лекція 9. Моделі маркетингових послуг

Проблеми, характерні для підприємств сфери послуг. Міжнародні наукові школи маркетингу послуг. Модель Д. Ратмела. Модель П. Ейгліє і Е. Ланггарда "SERVUCTION". Модель К. Грьонроса. Модель М. Бітнер. Модель Ф. Котлера. Ідентичність бізнесу. "Схема 3 І "Інтрамаркетингу.

Семінарське 9. Моделі маркетингових послуг

Лекція 10. Інтернет-маркетинг

Поняття інтернет-маркетингу. Основні завдання інтернет-маркетингу. Технології пошукового маркетингу. Пошукова реклама. Пошукова оптимізація (SEO). Контекстна реклама. Медійна (банерна) реклама.

Семінарське 10. Інтернет-маркетинг

Лекція 11. Контент-маркетинг

Поняття контент-маркетингу. Завдання контент-маркетингу. Інструменти контент-маркетингу. Створення та поширення контенту. Методика оцінки результатів контент-маркетингу.

Семінарське 11. Контент-маркетинг

Лекція 12. Промоції та продаж консалтингових послуг

Маркетинг консалтингових послуг. Методи просування консалтингових послуг. Цінова політика консалтингової фірми.

Семінарське 12. Промоції та продаж консалтингових послуг

IV. Навчально-методична карта дисципліни

« Медіаконсалтинг »

Разом: 210 год., з них лекцій – 24 год., семінарські заняття – 24 год., самостійна робота – 120 год., мк – 12 год.

9 семестр

Тиждень	I	II	III	IV
Модулі	Змістовий модуль I			
Кількість балів за модуль	78			
Лекції	1	2	3	4
Теми лекцій	Сфера послуг медіаконсалтингу	Стратегічне планування у	Основи системного аналізу в	Стратегії видавничого бізнесу

	(1 бал)	медіаконсалтинг (1бал)	медіаконсалтинг (1 бал)	(1 бал)
Теми семінар- ських занять	Сфера послуг медіаконсалтинг (11 балів)	Стратегічне планування у медіаконсалтинг (11 балів)	Основи системного аналізу в медіаконсалтинг (11 балів)	Стратегії видавничого бізнесу (11 балів)
Самостійна робота,				(5 балів)
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)			
Тиждень	V	V I	VII	VIII
Модулі	Змістовий модуль II			
Кількість балів за модуль	78			
Лекції	5	6	7	8
Теми лекцій	Проектний менеджмент (1 бал)	Управлінське консультування (1бал)	Коучинг та HR у видавничий справі (1 бал)	Івент менеджмент (1 бал)
Теми семінар- ських занять	Проектний менеджмент (11 балів)	Управлінське консультування (11 балів)	Коучинг та HR у видавничий справі (11 балів)	Івент менеджмент (11 балів)
Самостій-на робота,	(5 балів)			
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 2 (25 балів)			

Тиждень	I X	X	XI	XII
Модулі	Змістовий модуль III			
Кількість балів за модуль	78			
Лекції	9	10	11	12
Теми лекцій	Моделі маркетингових послуг (1 бал)	Інтернет-маркетинг (1бал)	Контент-маркетинг (1 бал)	Промоції та продаж консалтингових послуг (1 бал)
Теми семінарських занять	Моделі маркетингових послуг (11 балів)	Інтернет-маркетинг (11 балів)	Контент-маркетинг (11 балів)	Промоції та продаж консалтингових послуг (11 балів)
Самостій-на робота,		(5 балів)		
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)			
ІНДЗ	30 балів			
Всього	264 балів			

V. ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Змістовий модуль I

СТРАТЕГІЧНИЙ МЕДІАКОНСАЛТИНГ

Семінарське 1. Сфера послуг медіаконсалтингу

1. Консалтинг як елемент виробничої інфраструктури медіа підприємства.
2. Визначення, сутність та види консалтингової діяльності у медіа.
3. Принципи медіаконсалтингу.
4. Ринок консультаційних медіапослуг.
5. **Комплексне завдання:** проаналізувати палітру консалтингових послуг конкретного медіапідприємства (результати оформити у вигляді презентації).

Література

Основна:

1. Ілляшенко, Сергій Миколайович. Управління інноваційним розвитком [Текст] : навчальний посібник / С. М. Ілляшенко. - 2-ге вид., переробл. і доп. - Суми : Університетська книга ; Київ : Княгиня Ольга, 2005. - 324 с.
2. Менеджмент: навчальний посібник. У 2 т. Т. 1. Загальний менеджмент / рук. авт. кол. С.Ф. Поважний. – 3-тє вид., перероб. та доп. – Донецьк: ДонДУУ, 2012. – 331 с.
3. Скібіцький, О. М. Інноваційний та інвестиційний менеджмент [Текст] : навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. : 75-річчю Нац. авіаційного ун-ту присвячується / О. М. Скібіцький ; М-во освіти і науки України, Національний авіаційний університет. - Київ : Центр учбової літератури, 2009. - 404 с. - Библиогр.: с. 402-404.

Додаткова:

1. Герасимчук В. Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2000. — 360 с.
2. Гонtareва І. В. Управління консалтинговою діяльністю . - Х. : Вид. ХНЕУ, 2010. - 136 с.
3. Довгань Л.Є., Каракай Ю.В. Стратегічне управління. Навч. посібник. — К: Видавництво ”Центр учбової літератури”, 2009. — 440

Інтернет-джерела:

1. Галушкова О. О. Стан, проблеми та тенденції розвитку консалтингу в Україні / О. О. Галушкова // Управління розвитком. - 2014. - № 1. - С. 111-114. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2014_1_47.

Семінарське 2. Стратегічний медіаконсалтинг

План

1. Стратегія консультаційної фірми.
2. Визначення стратегічного вибору консалтингової фірми.
3. Реалізація стратегії та контроль за виконанням управлінських рішень.
4. **Комплексне завдання:** Розробити аргументи для конкретного видавництва за використання консультаційного агентства та аргументи проти використання консультаційного агентства.

Література

Основна:

1. Ілляшенко, Сергій Миколайович. Управління інноваційним розвитком [Текст] : навчальний посібник / С. М. Ілляшенко. - 2-ге вид., переробл. і доп. - Суми : Університетська книга ; Київ : Княгиня Ольга, 2005. - 324 с.
2. Менеджмент: навчальний посібник. У 2 т. Т. 1. Загальний менеджмент / рук. авт. кол. С.Ф. Поважний. – 3-тє вид., перероб. та доп. – Донецьк: ДонДУУ, 2012. – 331 с.
3. Скібіцький, О. М. Інноваційний та інвестиційний менеджмент [Текст] : навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. : 75-річчю Нац. авіаційного ун-ту присвячується / О. М. Скібіцький ; М-во освіти і науки України, Національний авіаційний університет. - Київ : Центр учбової літератури, 2009. - 404 с. - Библиогр.: с. 402-404.

Додаткова:

1. Герасимчук В. Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2000. — 360 с.
2. Гонtareва І. В. Управління консалтинговою діяльністю . - Х. : Вид. ХНЕУ, 2010. - 136 с.
3. Довгань Л.Є., Каракай Ю.В. Стратегічне управління. Навч. посібник. — К: Видавництво "Центр учбової літератури", 2009. — 440 с.

4. Теремко В. С. Основні засади видавничого бізнесу [Текст]: навч. посіб. / В. І. Теремко - К. Академвидав, 2010, - 135 с.

Семінарське 3. Основи системного аналізу в медіаконсалтингу

План

1. Аналіз внутрішнього середовища організації.
2. Фактори зовнішнього середовища організації.
3. Методи аналізу середовища.
4. **Комплексне завдання:** Зробити SWOT-аналіз медіаорганізації (презентація)

Література

Основна:

1. Ілляшенко, Сергій Миколайович. Управління інноваційним розвитком [Текст] : навчальний посібник / С. М. Ілляшенко. - 2-ге вид., переробл. і доп. - Суми : Університетська книга ; Київ : Княгиня Ольга, 2005. - 324 с.
2. Менеджмент: навчальний посібник. У 2 т. Т. 1. Загальний менеджмент / рук. авт. кол. С.Ф. Поважний. — 3-тє вид., перероб. та доп. — Донецьк: ДонДУУ, 2012. — 331 с.
3. Скібіцький, О. М. Інноваційний та інвестиційний менеджмент [Текст] : навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. : 75-річчю Нац. авіаційного ун-ту присвячується / О. М. Скібіцький ; М-во освіти і науки України, Національний авіаційний університет. - Київ : Центр учбової літератури, 2009. - 404 с. - Библиогр.: с. 402-404.

Додаткова:

Допоміжна:

1. Герасимчук В. Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2000. — 360 с.
2. Гонтарева І. В. Управління консалтинговою діяльністю . - Х. : Вид. ХНЕУ, 2010. - 136 с.
3. Довгань Л.Є., Каракай Ю.В. Стратегічне управління. Навч. посібник. — К: Видавництво "Центр учбової літератури", 2009. — 440 с.
4. Теремко В. С. Основні засади видавничого бізнесу [Текст]: навч. посіб. / В. І. Теремко - К. Академвидав, 2010, - 135 с.

Семінарське 4. Стратегії видавничого бізнесу

План

1. Формування стратегічної ідеї.
2. Стратегія змін.
3. Сторителлінг у видавничій справі.
4. **Комплексне завдання:** презентація стратегії інноваційної діяльності конкретного видавництва.

Література

Основна:

1. Ілляшенко, Сергій Миколайович. Управління інноваційним розвитком [Текст] : навчальний посібник / С. М. Ілляшенко. - 2-ге вид., переробл. і доп. - Суми : Університетська книга ; Київ : Княгиня Ольга, 2005. - 324 с.
2. Менеджмент: навчальний посібник. У 2 т. Т. 1. Загальний менеджмент / рук. авт. кол. С.Ф. Поважний. – 3-тє вид., перероб. та доп. – Донецьк: ДонДУУ, 2012. – 331 с.
3. Скібіцький, О. М. Інноваційний та інвестиційний менеджмент [Текст] : навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. : 75-річчю Нац. авіаційного ун-ту присвячується / О. М. Скібіцький ; М-во освіти і науки України, Національний авіаційний університет. - Київ : Центр учбової літератури, 2009. - 404 с. - Библиогр.: с. 402-404.

Модульна контрольна № 1

Змістовий модуль II

МЕНЕДЖМЕНТ КОНСАЛТИНГ У ВИДАВНИЧІЙ СПРАВІ

Семінарське 5. Проектний менеджмент

План

1. Адаптивний кейс менеджмент.
2. Життєвий цикл нововведення.
3. **Комплексне завдання:** Корпоративне видання як проект. Презентація кейсу корпоративного видання.

Література

Основна:

1. Ілляшенко, Сергій Миколайович. Управління інноваційним розвитком [Текст] : навчальний посібник / С. М. Ілляшенко. - 2-ге вид., переробл. і доп. - Суми : Університетська книга ; Київ : Княгиня Ольга, 2005. - 324 с.
2. Менеджмент: навчальний посібник. У 2 т. Т. 1. Загальний менеджмент / рук. авт. кол. С.Ф. Поважний. – 3-тє вид., перероб. та доп. – Донецьк: ДонДУУ, 2012. – 331 с.
3. Скібіцький, О. М. Інноваційний та інвестиційний менеджмент [Текст] : навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. : 75-річчю Нац. авіаційного ун-ту присвячується / О. М. Скібіцький ; М-во освіти і науки України, Національний авіаційний університет. - Київ : Центр учбової літератури, 2009. - 404 с. - Библиогр.: с. 402-404.

Семінарське 6. Управлінське консультування

План

1. Операційні процеси організації
2. Прийняття управлінських рішень в операційному менеджменті
3. Корпоративне видання як інструмент управління інформацією як всередині компанії, так і назовні.
4. **Комплексне завдання:** Провести діагностичне інтерв'ю видавничої організації. Проаналізувати результати.

Література

Основна:

1. Ілляшенко, Сергій Миколайович. Управління інноваційним розвитком [Текст] : навчальний посібник / С. М. Ілляшенко. - 2-ге вид., переробл. і доп. - Суми : Університетська книга ; Київ : Княгиня Ольга, 2005. - 324 с.
2. Менеджмент: навчальний посібник. У 2 т. Т. 1. Загальний менеджмент / рук. авт. кол. С.Ф. Поважний. – 3-тє вид., перероб. та доп. – Донецьк: ДонДУУ, 2012. – 331 с.
3. Скібіцький, О. М. Інноваційний та інвестиційний менеджмент [Текст] : навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. : 75-річчю Нац. авіаційного ун-ту присвячується / О. М. Скібіцький ; М-во освіти і науки України, Національний авіаційний університет. - Київ : Центр учбової літератури, 2009. - 404 с. - Библиогр.: с. 402-404.

Семінарське 7. Коучинг та HR у видавничій справі

1. Види коучингу.
2. HR-фахівець.
3. Нематеріальна мотивація.
4. **Комплексне завдання:** Розробка програми коучингу для керівників видавництва.

Література

Основна:

1. Ілляшенко, Сергій Миколайович. Управління інноваційним розвитком [Текст] : навчальний посібник / С. М. Ілляшенко. - 2-ге вид., переробл. і доп. - Суми : Університетська книга ; Київ : Княгиня Ольга, 2005. - 324 с.
2. Менеджмент: навчальний посібник. У 2 т. Т. 1. Загальний менеджмент / рук. авт. кол. С.Ф. Поважний. – 3-тє вид., перероб. та доп. – Донецьк: ДонДУУ, 2012. – 331 с.
3. Скібіцький, О. М. Інноваційний та інвестиційний менеджмент [Текст] : навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. : 75-річчю Нац. авіаційного ун-ту присвячується / О. М. Скібіцький ; М-во освіти і науки України, Національний авіаційний університет. - Київ : Центр учбової літератури, 2009. - 404 с. - Библиогр.: с. 402-404.

Семінарське 8. Івент менеджмент

План

1. Планування **івент** заходів.
2. Корпоративні свята (Дні народження, корпоративні професійні свята, тощо).
3. Ділові заходи (конференції, семінари, тренінги).
4. Тімбіндинг (квести, ділові ігри тощо)
5. **Комплексне завдання:** Розробити івент захід для просування видавництва.

Література

Основна:

1. Ілляшенко, Сергій Миколайович. Управління інноваційним розвитком [Текст] : навчальний посібник / С. М. Ілляшенко. - 2-ге вид., переробл. і доп. - Суми : Університетська книга ; Київ : Княгиня Ольга, 2005. - 324 с.
2. Менеджмент: навчальний посібник. У 2 т. Т. 1. Загальний менеджмент / рук. авт. кол. С.Ф. Поважний. – 3-тє вид., перероб. та доп. – Донецьк: ДонДУУ, 2012. – 331 с.
3. Скібіцький, О. М. Інноваційний та інвестиційний менеджмент [Текст] : навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. : 75-річчю Нац. авіаційного ун-ту присвячується / О. М. Скібіцький ; М-во освіти і науки України, Національний авіаційний університет. - Київ : Центр учбової літератури, 2009. - 404 с. - Библиогр.: с. 402-404.

Додаткова:

1. Уільямс Д., Парр Т. Управління програмами на підприємстві: Створення реальної цінності за допомогою програм і проектів проведення реформувань - Дп.: Баланс Бізнес Букс, 2005. - 320 с.

Інтернет-джерела:

1. Левіщенко О. С. Проблеми оцінки ефективності управлінського консалтингу / О. С. Левіщенко // Управління проектами, системний аналіз і логістика. Технічна серія. - 2012. - Вип. 9. - С. 333-337. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Upsal_2012_9_82.
2. Рибаківа Т. О. Особливості реалізації консалтингового проекту / Т. О. Рибаківа // Управління проектами та розвиток виробництва. - 2010. - № 4. - С. 39-44. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uprv_2010_4_7.

Змістовий модуль III

МАРКЕТИНГОВИЙ МЕДІАКОНСАЛТИНГ

Семінарське 9. Моделі маркетингових послуг

План

1. Модель якості послуг (Теорія дір або модель розривів)
2. Модель контекстуальних детермінант і аморфних каналів зв'язку
3. Етапи поведінки споживачів послуг
4. Модель "простота-складність оцінки"
5. Модель поведінки споживачів послуг "Прийнятний - бажаний рівень"

якості послуги"

6. Модель поведінки споживачів послуг "Сприйняття - задоволення"
7. Лояльність споживачів.

Література

Основна:

1. Ілляшенко, Сергій Миколайович. Управління інноваційним розвитком [Текст] : навчальний посібник / С. М. Ілляшенко. - 2-ге вид., переробл. і доп. - Суми : Університетська книга ; Київ : Княгиня Ольга, 2005. - 324 с.
2. Менеджмент: навчальний посібник. У 2 т. Т. 1. Загальний менеджмент / рук. авт. кол. С.Ф. Поважний. – 3-тє вид., перероб. та доп. – Донецьк: ДонДУУ, 2012. – 331 с.
3. Скібіцький, О. М. Інноваційний та інвестиційний менеджмент [Текст] : навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. : 75-річчю Нац. авіаційного ун-ту присвячується / О. М. Скібіцький ; М-во освіти і науки України, Національний авіаційний університет. - Київ : Центр учбової літератури, 2009. - 404 с. - Библиогр.: с. 402-404.

Додаткова

5. Герасимчук В. Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2000. — 360 с.
6. Гонтарева І. В. Управління консалтинговою діяльністю . - Х. : Вид. ХНЕУ, 2010. - 136 с.
7. Довгань Л.Є., Каракай Ю.В. Стратегічне управління. Навч. посібник. – К: Видавництво "Центр учбової літератури", 2009. – 440 с.
8. Теремко В. С. Основні засади видавничого бізнесу [Текст]: навч. посіб. / В. І. Теремко - К. Академвидав, 2010, - 135 с.

Семінарське 10. Інтернет-маркетинг

План

1. Алгоритм інтернет-просування продукту.
2. Спонсорство як інструмент маркетингових комунікацій.
3. **Комплексне завдання:** Презентація проекту просування видавничого продукту методами партизанського маркетингу.

Література

Основна:

4. Ілляшенко, Сергій Миколайович. Управління інноваційним розвитком [Текст] : навчальний посібник / С. М. Ілляшенко. - 2-ге вид., переробл. і доп. - Суми : Університетська книга ; Київ : Княгиня Ольга, 2005. - 324 с.
5. Менеджмент: навчальний посібник. У 2 т. Т. 1. Загальний менеджмент / рук. авт. кол. С.Ф. Поважний. – 3-тє вид., перероб. та доп. – Донецьк: ДонДУУ, 2012. – 331 с.
6. Скібіцький, О. М. Інноваційний та інвестиційний менеджмент [Текст] : навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. : 75-річчю Нац. авіаційного ун-ту присвячується / О. М. Скібіцький ; М-во освіти і науки України, Національний авіаційний університет. - Київ : Центр учбової літератури, 2009. - 404 с. - Библиогр.: с. 402-404.

Додаткова:

1. Теремко В. С. Видавничий маркетинг [Текст]: навч. посіб. / В. І. Теремко - К. Академвидав, 2009, - 272 с.

Семінарське 11. Контент-маркетинг

План

1. Контент ефективної SMM – стратегії.
2. Вірусний контент
3. **Комплексне завдання:** Послуга медіаконсалтингу як контекстний маркетинг: написання супровідних текстів (синопсиси, анотації, інформаційні матеріали).

Література

Основна:

1. Ілляшенко, Сергій Миколайович. Управління інноваційним розвитком [Текст] : навчальний посібник / С. М. Ілляшенко. - 2-ге вид., переробл. і доп. - Суми : Університетська книга ; Київ : Княгиня Ольга, 2005. - 324 с.
2. Менеджмент: навчальний посібник. У 2 т. Т. 1. Загальний менеджмент / рук. авт. кол. С.Ф. Поважний. – 3-тє вид., перероб. та доп. – Донецьк: ДонДУУ, 2012. – 331 с.
3. Скібіцький, О. М. Інноваційний та інвестиційний менеджмент [Текст] : навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. : 75-річчю Нац.

авіаційного ун-ту присвячується / О. М. Скібіцький ; М-во освіти і науки України, Національний авіаційний університет. - Київ : Центр учбової літератури, 2009. - 404 с. - Библиогр.: с. 402-404.

Додаткова:

2. Теремко В. С. Видавничий маркетинг [Текст]: нввч. посіб. / В. І. Теремко - К. Академвидав, 2009, - 272 с.

Семінарське 12. Промоції та продаж консалтингових послуг
План

Методи просування консалтингових послуг.

Фактори, що впливають на ціноутворення консалтингової послуги.

Методи розрахунку вартості консультативного продукту.

Комплексне завдання: розробити проект просування консалтингових послуг.

Література

Основна:

1. Ілляшенко, Сергій Миколайович. Управління інноваційним розвитком [Текст] : навчальний посібник / С. М. Ілляшенко. - 2-ге вид., переробл. і доп. - Суми : Університетська книга ; Київ : Княгиня Ольга, 2005. - 324 с.
2. Менеджмент: навчальний посібник. У 2 т. Т. 1. Загальний менеджмент / рук. авт. кол. С.Ф. Поважний. – 3-тє вид., перероб. та доп. – Донецьк: ДонДУУ, 2012. – 331 с.
3. Скібіцький, О. М. Інноваційний та інвестиційний менеджмент [Текст] : навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. : 75-річчю Нац. авіаційного ун-ту присвячується / О. М. Скібіцький ; М-во освіти і науки України, Національний авіаційний університет. - Київ : Центр учбової літератури, 2009. - 404 с. - Библиогр.: с. 402-404.

Додаткова:

Додаткова:

1. Теремко В. С. Видавничий маркетинг [Текст]: нввч. посіб. / В. І. Теремко - К. Академвидав, 2009, - 272 с.

Модульна контрольна № 3.

VI. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Змістовий модуль I.

(40 год.)

Тема 4. Стратегії видавничого бізнесу

1. Розробити стратегію інноваційної діяльності конкретного видавництва.

Змістовий модуль II.

(40 год.)

Семінарське 5. Проектний менеджмент

1. Розробити кейс для корпоративного видання

Змістовий модуль III.

(40 год.)

Семінарське 10. Інтернет-маркетинг

1. Розробити проект просування видавничого продукту методами партизанського маркетингу

Карту самостійної роботи, де визначено форми академічного контролю, успішність (бали) і термін виконання самостійної роботи студентами, подано у вигляді табл. 6.1.

Таблиця 6.1

КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА

Змістовий модуль та теми курсу	Академічний контроль	Бали	Термін виконання (тижні)
Змістовий модуль I (14 год.)			
Тема 4. Стратегії видавничого бізнесу	Практичне заняття, модульний контроль, екзамен	5	I- II
Змістовий модуль II (14 год.)			
Семінарське 5. Проектний менеджмент	Практичне заняття, модульний контроль, екзамен	5	VII
Змістовий модуль III (14 год.)			
Семінарське 10. Інтернет-маркетинг	Практичне заняття, модульний контроль, екзамен	5	VIII
Разом: 56 год.	Разом: 15 балів		

VII. ІНДИВІДУАЛЬНА НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНА РОБОТА

Індивідуальне навчально-дослідне завдання (ІНДЗ) з курсу "Медіаконсалтинг" – це вид науково-дослідної роботи студентів, яка містить результати дослідницького пошуку, відображає певний рівень його навчальної компетентності.

Мета ІНДЗ: систематизація, узагальнення, закріплення та практичне застосування знань із навчального курсу, удосконалення навичок самостійної навчально-пізнавальної діяльності.

Зміст ІНДЗ: завершена практична робота у межах навчальної програми курсу, яка виконується на основі знань, умінь та навичок, отриманих під час лекційних та семінарських занять і охоплює декілька тем або весь зміст навчального курсу.

Вид ІНДЗ, вимоги до нього та оцінювання:

Захист кейсу трансмедійного видання. Групова робота над кейсом.

Шкалу оцінювання подано у табл. 7.1. **(30 балів)**

Орієнтовна структура ІНДЗ

Студенти презентують власний продукт з описом конкретної роботи, аналізом ефективних і неефективних елементів. **Розробити кейс трансмедійного проекту**

ТЕМИ:

- Освітнього профорієнтаційний проєкт: журналістські професії
- Студентське видавництво
- Електронний науковий журналу

Етапи розробки кейсу:

1. Підготовчий етап (дослідження ринку та аудиторії)
2. Визначити ціль проекту.
3. Розробити бізнес ідею як структурований проєкт (логічне дерево).
4. Аналіз можливих проблемних ситуацій та шляхів їх вирішення.
5. Реалізація проекту.
6. Резюме.
7. Захист проекту.

Структура кейсу:

1. НАЗВА (стисло в одному реченні сутність кейсу).

2. ЛОГО ПРОЕКТУ

3. ОПИС ПРОЕКТУ:

Загальний обсяг – 3-10 сторінки (без врахування додатків)

- місія;
- формулювання цілей проекту;
- опис технологій;
- загальна концепція (сюжет) проекту;
- стратегія спілкування з замовником.

5. РІШЕННЯ ПРОБЛЕМНОЇ СИТУАЦІЇ:

- обґрунтування рішення;
- обґрунтування альтернативних рішень;
- можливі організаційні/технічні труднощі під час реалізації проекту;
- як ці труднощі були подолані;
- скільки **коштів, часу, інших ресурсів** було витрачено задля реалізації проекту.

8. РЕЗУЛЬТАТИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ: ☐☐☐

- детальний опис результатів, з використанням цифр, показників;
- ☐додатки

9. ПІДСУМКИ: висновок замовника проекту.

10. ДОДАТКИ (якщо є).

Критерії оцінювання ІНДЗ

№ п/п	Критерії оцінювання роботи	Максимальна кількість балів за кожним критерієм
1	Дослідження ринку та аудиторії	4 балів
2.	Формулювання цілі	4 балів
3.	Практична цінність та оригінальність проекту	6 балів
4.	Реалізація проекту	8 балів
5.	Резюме	4 балів
6.	Презентація проекту	4 балів
Разом		30 балів

Оцінка з ІНДЗ є обов'язковим балом, який враховується при підсумковому оцінюванні навчальних досягнень студентів з навчальної дисципліни «Медіаконсалтинг». Студент може набрати максимальну кількість балів за ІНДЗ – 30 балів.

VIII. СИСТЕМА ПОТОЧНОГО І ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Медіаконсалтинг» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип покрокової звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок; розширення кількості підсумкових балів до 100.

Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти (п. IV), де зазначено види й терміни контролю. Систему рейтингових балів для різних видів контролю та порядок їх переведення у національну (4-бальну) та європейську (ECTS) шкалу подано у табл. 8.1, табл. 8.2.

Таблиця 8.1

Розрахунок рейтингових балів за видами поточного (модульного) контролю

№	Вид діяльності	Кількість балів за одиницю	Кількість одиниць до розрахунку	Всього
2	Відвідування практичних (семінарських) занять	1	12	12
3	Відвідування лекційних занять	1	12	12
4	Виконання завдання з самостійної роботи (домашнього завдання)	5	3	15
5	Робота на практичному занятті	10	12	120
6	Модульна контрольна робота	25	3	75
7	ІНДЗ	30	1	30
максимальна кількість балів 264				

Розрахунок: $264:60 = 4,4$

Студент набрав: 233

Оцінка: $233:4,4 = 53$ (бал за семестр), додається екзамен (max 40 балів

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

➤ **Методи усного контролю:** індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, екзамен.

➤ **Методи письмового контролю:** модульна контрольна робота.

Таблиця 8.2

Порядок переведення рейтингових показників успішності у європейські оцінки ECTS

Підсумкова кількість балів (max – 100)	Оцінка за 4-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS
1 – 34	«незадовільно» (з обов’язковим повторним курсом)	F
35 – 59	«незадовільно» (з можливістю повторного складання)	FX
60 - 68	«задовільно»	E
69 – 74		D
75 - 81	«добре»	C
82– 89		B
90 – 100	«відмінно»	A

Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на семінарських, практичних заняттях, виконання самостійної роботи, індивідуальну роботу, модульну контрольну роботу.

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної та індивідуальної навчально-дослідної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- ✓ вчасність виконання навчальних завдань;
- ✓ повний обсяг їх виконання;

- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності.

ІХ. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

I. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності

1) За джерелом інформації:

- *Словесні:* лекція (традиційна, проблемна), семінари, пояснення, розповідь, бесіда.
- *Наочні:* спостереження, ілюстрація, демонстрація.
- *Практичні:* проекти.

2) За логікою передачі і сприймання навчальної інформації: індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні.

3) За ступенем самостійності мислення: репродуктивні, пошукові, дослідницькі.

4) За ступенем керування навчальною діяльністю: під керівництвом викладача; самостійна робота студентів; виконання індивідуальних навчальних завдань.

II. Методи стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності:

1) Методи стимулювання інтересу до навчання: навчальні дискусії; створення ситуації пізнавальної новизни; створення проблемних ситуацій, робота над груповими проектами.

X. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ

- ✓ опорні конспекти лекцій;
- ✓ навчальні посібники;
- ✓ робоча навчальна програма;
- ✓ засоби підсумкового контролю (комплект завдань для модульних контрольних робіт);

XI. ПИТАННЯ ДО ЕКЗАМЕНУ

1. Підходи до визначення поняття “консалтинг”.
2. Класифікації консалтингових послуг.
3. Типологія сучасних консалтингових послуг.
4. Ринок послуг медіаконсалтингу
5. Стратегічний медіаконсалтинг
6. Системний аналіз як методологічна основа передбачення.
7. Концептуальні засади захисних стратегій.
8. Класифікація захисних стратегій.
9. Глобальні стратегії захисту видавництва.
10. Репертуарні стратегії у видавничому бізнесі
11. Технологія управління проектом.
12. Портфельний підхід до управління проектами.
13. Специфіка формування проектної команди: управлінський аспект.
14. Аутсорсинг в системі сучасного медіаконсалтингу.
15. Каунселінг як особлива сфера неметодичних порад консультанта з управління.
16. Коучинг як індивідуальна робота консультанта з керівником або іншим співробітником.
17. Завдання і принципи коучингу.
18. Інструментарій менеджера коуча.
19. Типологія та класифікація методів та інструментів підготовки профільних кадрів.
20. Основні завдання івент менеджменту.
21. Види event - заходів та їх маркетингові можливості.
22. Інструменти event -маркетингу та їх завдання.
23. Ринок івент-послуг в Україні
24. Міжнародні наукові школи маркетингу послуг.
25. Поняття інтернет-маркетингу.
26. Основні завдання інтернет-маркетингу.
27. Технології пошукового маркетингу.
28. Пошукова реклама.
29. Пошукова оптимізація (SEO).
30. Контекстна реклама.
31. Медійна (банерна) реклама.
32. Поняття контент-маркетингу .
33. Завдання контент-маркетингу.
34. Інструменти контент-маркетингу.
35. Методика оцінки результатів контент-маркетингу.
36. Маркетинг консалтингових послуг.
37. Методи просування консалтингових послуг

XII. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна:

Друкувані:

1. Ілляшенко, Сергій Миколайович. Управління інноваційним розвитком [Текст] : навчальний посібник / С. М. Ілляшенко. - 2-ге вид., переробл. і доп. - Суми : Університетська книга ; Київ : Княгиня Ольга, 2005. - 324 с.
2. Менеджмент: навчальний посібник. У 2 т. Т. 1. Загальний менеджмент / рук. авт. кол. С.Ф. Поважний. – 3-тє вид., перероб. та доп. – Донецьк: ДонДУУ, 2012. – 331 с.
3. Скібіцький, О. М. Інноваційний та інвестиційний менеджмент [Текст] : навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. : 75-річчю Нац. авіаційного ун-ту присвячується / О. М. Скібіцький ; М-во освіти і науки України, Національний авіаційний університет. - Київ : Центр учбової літератури, 2009. - 404 с. - Библиогр.: с. 402-404.

Допоміжна:

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг: [підручник] / С.С. Гаркавенко [4-те видання доповнене]. – Київ: Лібра, 2006. – 717 с.
2. Герасимчук В. Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2000. — 360 с.
3. Гонтарева І. В. Управління консалтинговою діяльністю . - Х. : Вид. ХНЕУ, 2010. - 136 с.
4. Довгань Л.Є., Каракай Ю.В. Стратегічне управління. Навч. посібник. – К: Видавництво ”Центр учбової літератури”, 2009. – 440
5. Довгань Л.П., Гудима О. Український консалтинг – проблеми росту // Економіка. Фінанси. Право (укр.). – 2000. – № 10. – С. 17-19.
6. Курбан О.В. PR в маркетингових комунікаціях (навчальний посібник) / О.В.Курбан. – К.: Вид-во «Кондор», 2013. – 254 с.
7. Управління проектами: Керівництво з ключових процесів, моделей і методів/ Наук. ред. Т.В. Герасимова. - Дп.: Баланс Бізнес Букс, 2006. - 224 с.

Інтернет-джерела:

1. Галушкова О. О. Стан, проблеми та тенденції розвитку консалтингу в

- Україні / О. О. Галушкова // Управління розвитком. - 2014. - № 1. - С. 111-114. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2014_1_47.
2. Левіщенко О. С. Проблеми оцінки ефективності управлінського консалтингу / О. С. Левіщенко // Управління проектами, системний аналіз і логістика. Технічна серія. - 2012. - Вип. 9. - С. 333-337. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Upsal_2012_9_82.
3. Рибаківа Т. О. Особливості реалізації консалтингового проекту / Т. О. Рибаківа // Управління проектами та розвиток виробництва. - 2010. - № 4. - С. 39-44. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uprv_2010_4_7.